

HOCHWASSERSCHUTZ

«SOCIAL LEARNING VIDEOS» VERMITTELN HANDLUNGSWISSEN

Wie lassen sich Gebäudeeigentümerinnen und -eigentümer motivieren, ihre Immobilien vor Überschwemmungen zu schützen? «Social Learning Videos» nutzen spezifische Aha-Erlebnisse und Erfolgsfaktoren, um für Schutzmassnahmen zu sensibilisieren.

TEXT: PATRICIA FRY, WISSENSMANAGEMENT UMWELT GMBH; FRANZISKA SCHMID, RISIKOWISSEN UND SUSAN THIEME, UNIVERSITÄT BERN

Durch den Klimawandel nehmen intensivere Niederschläge und Extremereignisse zu, die vor allem in dicht besiedelten Gebieten zu grösseren Schäden führen können. Bereits heute sind zwei Drittel der Gebäude in der Schweiz durch oberflächlich abfliessendes Wasser gefährdet. Mit einfachen Vorkehrungen am Gebäude oder durch Nutzungsanpassungen könnten die Eigentümerinnen und Eigentümer sich selber und Sachwerte vor Hochwasser schützen.

Jedoch sind diese Naturgefahren bei ihnen bislang kaum ein Thema¹, da bisher vor allem technische Informationen zum Objektschutz – also Systemwissen² – in einer primär für Fachpersonen gewohnten Sprache verfasst wurden. Um dieses Systemwissen zugänglich zu machen, sollte es in zielgruppenspezifisches Handlungswissen übersetzt werden, eingebettet in ein passendes soziales Umfeld mit Vorbildern und glaubwürdigen Fachpersonen.

ERFOLGREICHER OBJEKTSCHUTZ – STRATEGIEN ZUM SCHUTZ VOR ÜBERSCHWEMMUNGEN

Videos: schutz-vor-naturgefahren.ch/filme-hochwasserschutz.html
Flyer: patriciafry.ch/de/projekte#Klimawandel

Ein Projekt im Rahmen des Pilotprogramms «Anpassung an den Klimawandel» unterstützt durch das Bundesamt für Umwelt BAFU, die Kantone Zürich, Tessin und Luzern, die Präventionsstiftung der Kantonalen Gebäudeversicherungen, den Schweizerischen Versicherungsverband SVV, die Gebäudeversicherung Luzern GVL und die Nidwaldner Sachversicherung NSV.

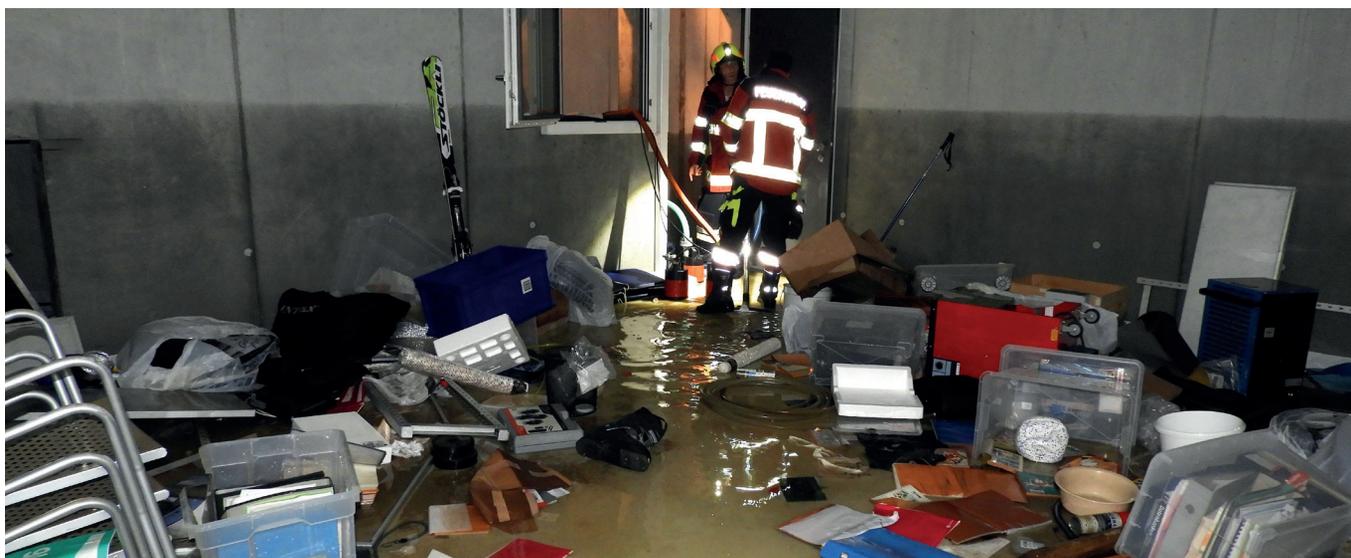
STRATEGIEN ZUM SCHUTZ VOR ÜBERSCHWEMMUNGEN

In einem Projekt des Pilotprogramms «Anpassung an den Klimawandel» entstanden im Jahr 2020 drei «Social Learning Videos» zum Thema «Erfolgreicher Objektschutz – Strategien zum Schutz vor Überschwemmungen».

WAS IST DIE «SOCIAL LEARNING VIDEO»-METHODE?



Mit dieser Methode werden zielgruppenspezifische Videos produziert und in Netzwerken eingesetzt⁴. Sie besteht aus folgenden Elementen: 1) Begleitgruppe bilden mit Fachleuten aus der Praxis, Verwaltung und der Forschung⁵, 2) Gelungene Umsetzungsbeispiele auswählen, 3) Erfahrene Personen aus der Zielgruppe interviewen, erfolgreiches Handlungswissen ermitteln und ihre Argumente erforschen; daraus ein Filmkonzept ableiten, 4) Videos produzieren mit einer Länge von etwa 10 Minuten, 5) Netzwerkphase: Videos bei ausgewählten Zielgruppen einsetzen und Diskussionen auslösen.



Überschwemmter Keller: Ein Hochwasser kann grosse Schäden verursachen. Foto: Mario Renggli.

Im ersten Video zum Oberflächenabfluss wird ein einzelnes Starkniederschlagsereignis von verschiedenen betroffenen Akteurinnen und Akteuren kommentiert. Die Eigentümerin berichtet, dass das «bisschen» Wasser nicht nur einen hohen Sachschaden verursacht hat, sondern die Situation auch emotional sehr belastend war. Sie entdeckt auf der Gefährdungskarte zum Oberflächenabfluss³, dass sie in einem überschwemmungsgefährdeten Gebiet lebt.

Das zweite Video zum Thema Wildbäche zeigt, wie bei einer Einfamilienhausplanung der Objektschutz von Anfang an einbezogen wurde. Neben der Bauherrschaft treten deshalb auch der Gemeindepräsident, ein Versicherungsexperte und ein Architekt auf. Letzterer betont, wie wichtig eine intensive Diskussion zwischen den beteiligten Akteurinnen und Akteuren sei, damit die richtigen Schutzmassnahmen bereits in die Planung einfließen würden.

Das dritte Video zum Thema Seehochwasser greift als ergänzende Argumentation die wirtschaftlichen Einbussen – aufgrund wiederholter Hochwasser – der Stadt Locarno auf.

Die Videos zeigen auf, dass die verschiedenen Akteure und Akteurinnen für gute Objektschutzlösungen eng zusammenarbeiten müssen, weil nur so Wissen geteilt und übersetzt werden kann.

DAS MLAB AM GEOGRAPHISCHEN INSTITUT DER UNIVERSITÄT BERN

Das Medienlabor (mLAB) ist ein experimenteller Raum, der Forschende und Studierende zu neuen Formen transdisziplinärer Zusammenarbeit anregt. Medien, digitale Technologien und künstlerische Arbeitsweisen werden zu einem integralen Bestandteil der Wissensgenerierung und dabei kritisch reflektiert. Zudem werden Forschungsergebnisse für eine nicht-akademische Öffentlichkeit sicht- und erfahrbar gemacht.

In einem Seminar wurde die «Social Learning Video»-Methode auf das Thema Nachhaltigkeit und Mobilität übertragen und in Zusammenarbeit mit den SBB der Frage nachgegangen, wie Bahnhöfe der Zukunft (Mobilitätshubs) gestaltet werden können.

www.geography.unibe.ch/dienstleistungen/mlab

EINSATZ DER VIDEOS IN NETZWERKEN

Die Videos eignen sich als Einführung bei Veranstaltungen und als Beiträge aus der Praxis in der Aus- und Weiterbildung. Sie unterstützen den Erfahrungsaustausch zwischen Eigentümern, Architektinnen, Gemeindebehörden und Gebäudeversicherungen und eignen sich sowohl für berufliche als auch für persönliche oder nachbarschaftliche Netzwerke. Die Aha-Erlebnisse führen zu individuellem und organisationalem Lernen und Handeln. Die Intention wäre, dass auch die Zielgruppen als soziale Vorbilder sowie Multiplikatorinnen und Multiplikatoren die Videos einsetzen und weiterleiten.

ZIELGRUPPENSPEZIFISCHES HANDLUNGSWISSEN ALS MEHRWERT

Der Mehrwert der «Social Learning Video»-Methode für die Klimakommunikation liegt in einer für die Zielgruppen verständlichen Sprache und einem unmittelbar zugänglichen Denkstil. Dazu gehören zielgruppenspezifisches Handlungswissen mit Erkenntnisprozessen, Herausforderungen und Erfolgsfaktoren. Zusätzlich erhöhen Bilder das Interesse und die Aufnahmefähigkeit – und es werden für Lernprozesse wichtige soziale Faktoren wie die Glaubwürdigkeit von Fachpersonen der Gebäudeversicherungen und die Vorbildfunktion der Akteure und Akteurinnen genutzt.

Es ist allerdings herausfordernd, die Orte des Austauschs zu finden; die COVID-19-Pandemie mit den beschränkten Präsenzveranstaltungen verstärkt dies. Umso mehr sollten die Filme über digitale Kanäle beworben und in Online-Veranstaltungen eingesetzt werden, zum Beispiel durch Gebäudeversicherungen, Gemeindebehörden und Bauherrinnen. Nicht zuletzt bieten die Filme gerade in derzeit digitalen und kontaktbeschränkten Kontexten eine Brücke in real existierende Lebenswelten. ■

KONTAKT

📧 contact@patriciafry.ch, franziska.schmid@risikowissen.ch
susan.thieme@giub.unibe.ch

🔗 REFERENZEN IM ONLINE ARTIKEL
proclim.ch/id/6xQAm

